

2021 住房消费维权白皮书

指导单位：中国消费者报社

发布单位：贝壳研究院

二〇二一年三月

VISIT...

LANZAROTE
Caliente.COM

目 录

核心观点.....	1
一、住房消费行业发展特征.....	2
（一）行业演变特征：规模高位、品质升级.....	2
（二）行业投诉特征：总量增长、合同及质量问题突出.....	4
1、住房消费相关投诉问题总量增长.....	4
2、房屋及建材类问题投诉量较大，中介类投诉问题增长较快.....	5
3、合同、质量相关住房消费问题较突出.....	6
二、消费纠纷焦点问题及形成原因分析.....	7
（一）新房领域：房屋质量、虚假宣传类纠纷较普遍.....	7
（二）二手房领域：服务人员专业度与交易流程规范化仍待加强.....	8
（三）租赁领域：长租公寓租房纠纷问题突出.....	10
（四）装修领域：装修合同、质量问题是投诉焦点.....	11
（五）物业管理：收费、服务质量问题成投诉热点.....	12
三、消费者维权行为及认知分析.....	13
（一）消费维权途径多样化，纠纷妥善解决不足 2 成.....	14
（二）维权流程复杂成为消费者维权的关键难点.....	15

(三) 7 成消费者认同完善法律法规，加大处罚力度.....	16
四、结语.....	18
(一) 政府应加强指导与监管力度，净化行业消费环境.....	18
(二) 企业应强化自律行为，规范经营.....	18
(三) 消费者应坚持理性消费，提高自身权益保护意识.....	19
(四) 多方共建维权新生态，畅通消费投诉渠道.....	19

核心观点

“十四五”规划建议提出，要统筹发展和安全，加快建设现代化经济体系，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。发展离不开消费，消费促进发展，而住房消费则是最大内需引擎之一。目前我国不断出台房地产相关政策，对房地产行业监管的力度不断加大。但另一方面，住房消费顺应消费升级趋势，消费者对房屋品质和居住综合环境提出更高要求，围绕住房消费相关的投诉问题也呈现多元化的趋势。

值此“3·15 国际消费者权益日”来临之际，在中国消费者报社的指导下，贝壳研究院基于消费投诉数据、问卷调查数据与网络平台投诉案例，探讨近几年住房领域消费维权趋势与投诉焦点问题，主要有以下重点发现：

1. 伴随住房需求增加与消费品质的不断提升，住房消费相关纠纷日益增多，消费者投诉事件频发。分业务类型看，房屋及建材类住房消费问题投诉量较大，房屋中介类投诉问题增长较快；分投诉性质看，以合同类、质量类问题较为突出。

2. 不同领域住房消费纠纷情况各有不同：新房领域，房屋质量、虚假宣传、合同问题和价格问题是投诉焦点；二手房领域，从业人员的服务专业度、交易流程的规范程度需进一步提升；租赁领域，长租公寓租客的

投诉集中在合同类问题、租金贷和服务质量；装修领域，消费者合法权益受损主要是由房屋装修合同不规范、装修材料或施工质量不合格所导致；物业领域，消费者普遍反映的问题包括物业收费不合理或不透明、物业服务质量差等。

3. 超 8 成消费者遇住房消费纠纷会采取合理的维权行动，但维权实质效果有限，仅 13.3% 消费者的矛盾纠纷得到合理解决，维权程序复杂、机制尚不完善、消费者维权意识薄弱是维权过程中存在的突出难点。

4. 住房市场的规范发展，需要各参与主体的共同努力。政府应加强指导与监管力度，净化行业消费环境；企业应强化自律行为，规范经营；消费者应坚持理性消费，提高自身权益保护意识；社会主体应多方共建消费维权新生态，畅通消费投诉渠道。

一、住房消费行业发展特征

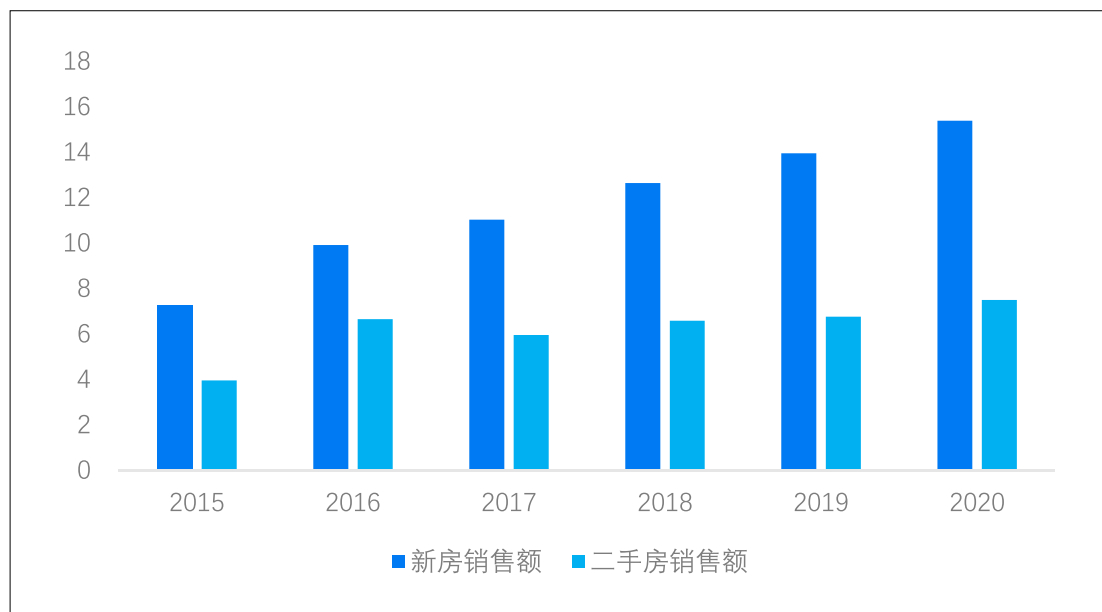
2020 年，中国新房和二手房交易规模再度创下新高。但伴随住房需求增加及消费品质的提升，住房消费领域的纠纷增多，消费者投诉事件也频频发生。

（一）行业演变特征：规模高位、品质升级

住房交易规模保持高位水平。2020 年，在新冠疫情的冲击下，房地产市场仍保持较好的韧性和恢复能力，中国住房交易规模再度实现稳步增长，新建商品住宅和二手住宅交易 GMV 达到 23 万亿元左右。拉长周期看，

当下住宅交易规模保持在高位水平，新房市场增速逐渐放缓，未来存量市场发展将进一步深化。

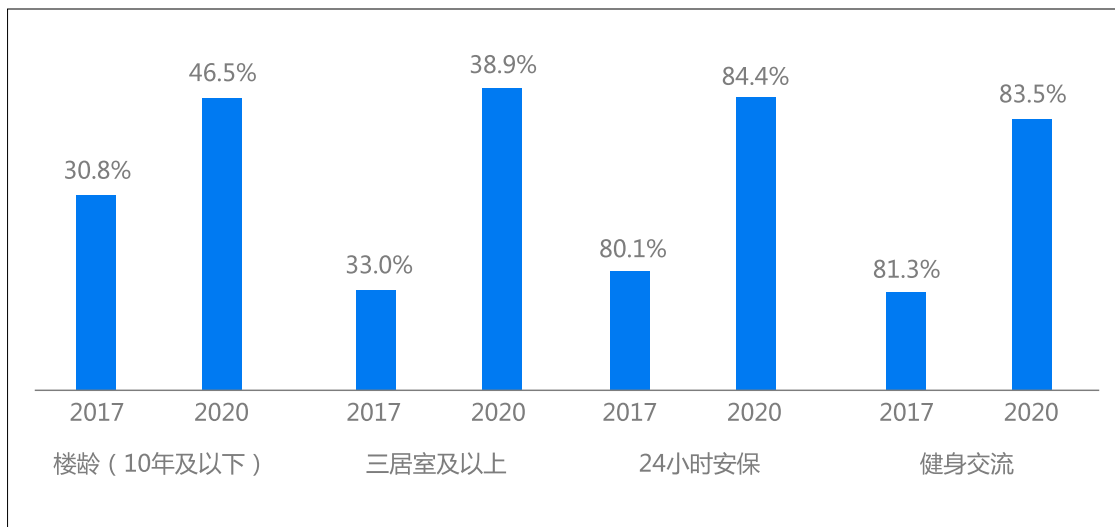
图：2015-2020 年全国新房与二手房市场交易规模（万亿元）



数据来源：贝壳研究院

品质居住诉求显著提升。房地产市场已经告别过去住房短缺时代，正在向“居者优其屋”的品质居住进阶，消费者的居住需求更加多元化、品质化。一方面，改善型住房需求持续释放，消费者在空间上住得更加宽敞；另一方面，品质居住成为一种新刚需，消费者普遍要求更好的居住体验，对居住环境、房屋品质、小区安保等诸多方面提出更高的要求。数据显示，2020 年消费者在住房面积、物业服务、居住品质方面的需求均有明显的提升。

图：消费者购房对品质的需求变化



数据来源：贝壳研究院

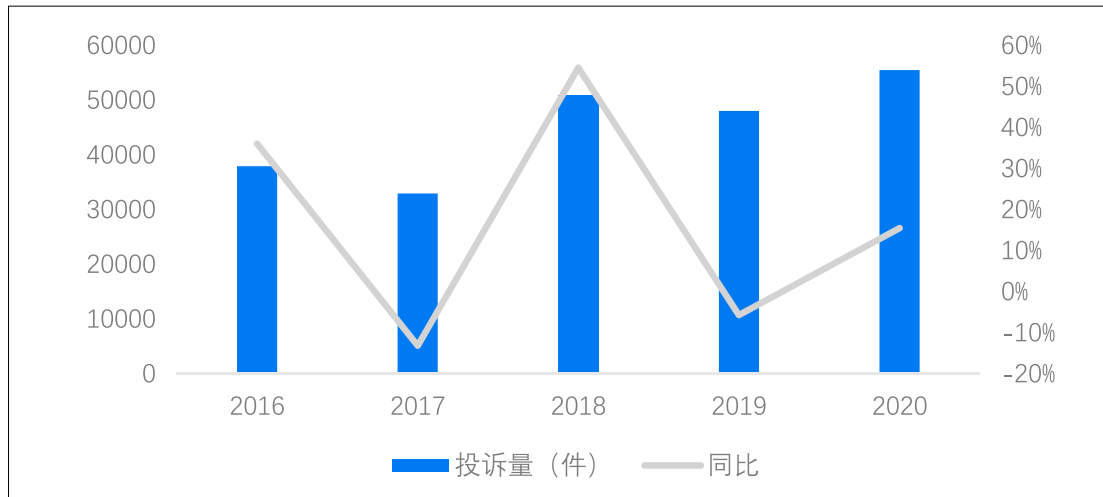
（二）行业投诉特征：总量增长、合同及质量问题突出

住房问题，关系民生福祉。回望过去一年住房消费市场消费形势变化和消费者投诉情况，房屋质量、虚假宣传、精装变“惊装”、长租公寓暴雷等乱象仍然存在。从全国住房消费投诉情况来看：

1、住房消费相关投诉问题总量增长

2016-2020年，全国范围内住房消费相关投诉数量呈波浪式上升趋势，从2016年的3.79万件上升到2020年的5.55万件，年复合增长7.9%。2020年的投诉量较上年增加了15.5%。

图：2016-2020 年住房消费投诉总量增长情况

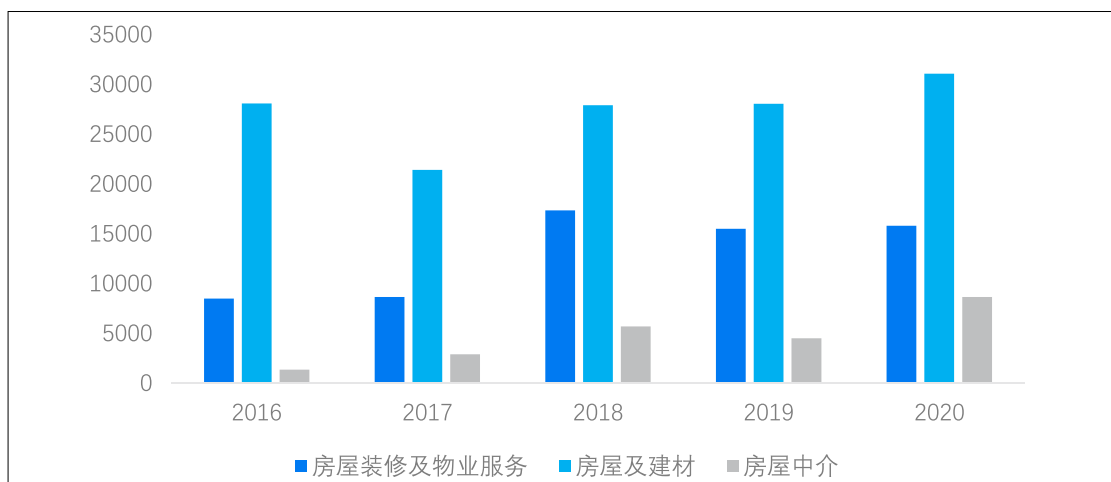


数据来源：贝壳研究院整理

2、房屋及建材类问题投诉量较大，中介类投诉问题增长较快

从 2016-2020 年住房消费相关投诉涉及的业务类型看，房屋及建材类住房消费投诉数量最多，始终是住房消费领域最大的投诉点。2020 年，房屋及建材类投诉共有 3.1 万件，占到总投诉量的 55.9%；房屋中介（包括买卖和租赁）相关投诉数量增长最快，较上年增加了 91.9%。

图：2016-2020 年住房消费相关投诉三大类问题变化趋势

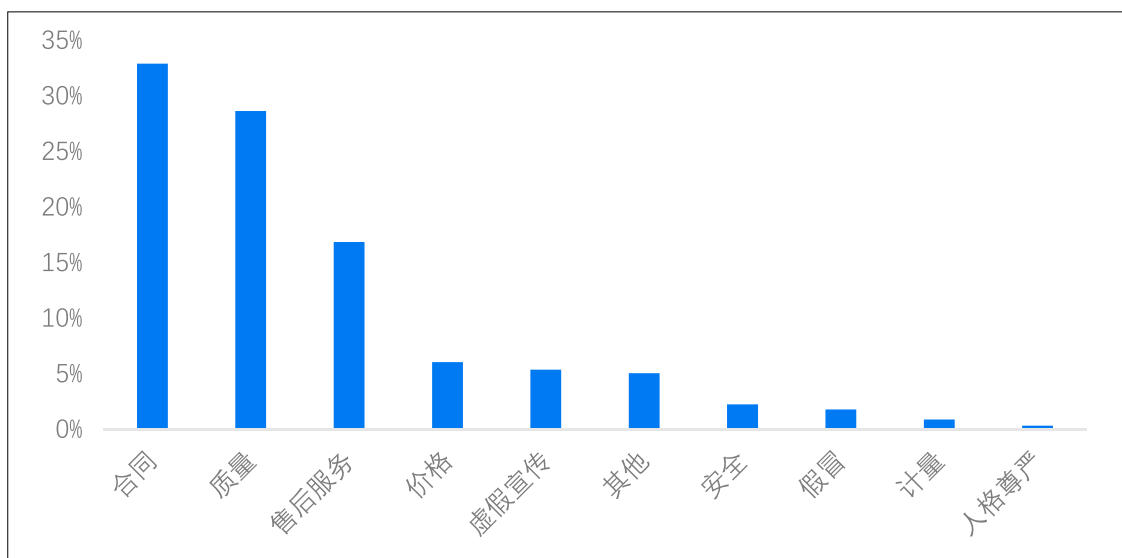


数据来源：贝壳研究院整理

3、合同、质量相关住房消费问题较突出

从 2016-2020 年住房消费相关投诉涉及的具体问题看，合同问题、质量问题、售后服务问题投诉较多，占比分别达到了 32.9%、28.6% 和 16.8%；上述三类问题投诉数量总和占到总投诉量的近 8 成。

图：2016-2020 年住房消费相关投诉问题占比分布



数据来源：贝壳研究院整理

2020 年住房消费领域相关投诉中，有关质量、安全、假冒、虚假宣传的问题投诉比重较上年有所下降，其中质量问题投诉比重下降 7.7 个百分点，在所有问题中比重下降最多；价格和售后服务问题投诉比重较上年有所上升，其中价格问题投诉比重增加最多，占比提升了 3.5 个百分点，其余类投诉变化幅度较小。

二、消费纠纷焦点问题及形成原因分析

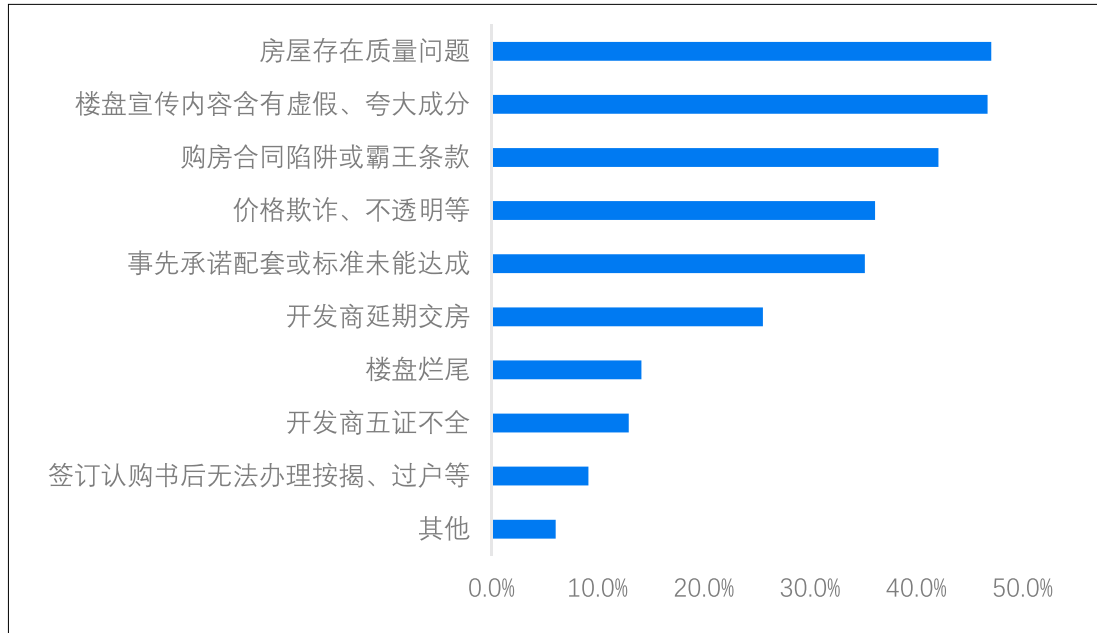
住房消费矛盾纠纷时常发生，近 7 成消费者曾亲身经历过或听说过消费权益被侵害情形。但在新房、二手房、租赁、装修、物业等不同细分领域，出现的消费纠纷问题表现出不同特征。

（一）新房领域：房屋质量、虚假宣传类纠纷较普遍

商品房预售制度下，消费者合同签署与实际收房之间存在时间周期，容易出现因开发商盲目赶工期、降成本等行为而造成的住房违约问题，从而引起大量维权投诉。数据显示，2020 年全国范围内商品房相关投诉共有 8255 件，相较 2016 年增加 34.8%。

结合调研数据来看，近几年来新房领域消费者投诉焦点主要集中在四个方面：一是房屋质量问题仍较为突出，47.1% 的受访者表示曾遭遇或听说过房屋质量纠纷问题，其中房屋渗漏、墙体裂缝、墙皮脱落、墙体凹凸不平、公共配套规划设计不合理等是困扰消费者的典型问题。二是商品房销售广告虚假宣传类投诉问题，46.7% 的受访者认为开发商楼盘宣传内容含有虚假、夸大成分，其中涉及装修标准不合格、事先承诺的学区房、赠送面积等优惠政策与承诺不符等问题屡见不鲜。三是合同类投诉问题，主要包括合同欺诈、降价维权、违规操作等，调研数据显示，42.1% 的受访者在置业新房时经历过购房合同陷阱或霸王条款。四是商品房价格投诉类问题亦不容忽视，比如买房人承担了合同约定的公共维修基金或天然气初装费用，开发商未按合同履行而引起的价格欺诈问题等。

图：新房领域住房消费权益纠纷问题分布



数据来源：贝壳研究院

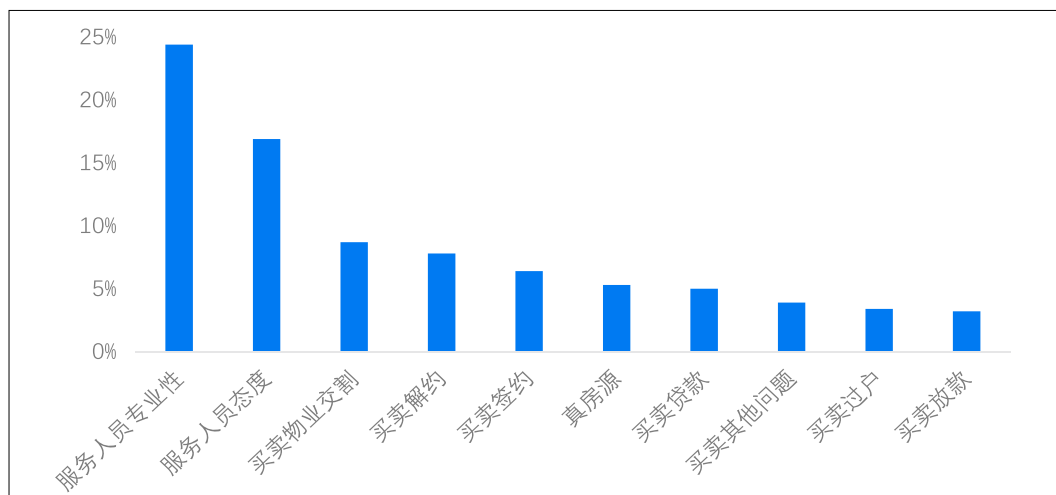
（二）二手房领域：服务人员专业度与交易流程规范化仍有待加强

二手房交易流程复杂，涉及资质审查、税费、学位、户口、物业交割等多项环节，需要专业化的从业人员来推动完成。但是当前经纪行业从业人员素质参差不齐，部分人员在专业知识、业务能力、职业道德等方面存在不足，且消费者的诚信问题同样存在，行业投诉问题不可避免出现。结合网络平台相关投诉案例分析及问卷调查数据，发现有关中介从业人员服务水平及交易流程纠纷是投诉焦点。

具体来看，部分经纪从业者存在失职或服务态度差等问题，包括未能及时查明所公布房屋的详细信息、未能妥善处理买卖双方产生的纠纷、

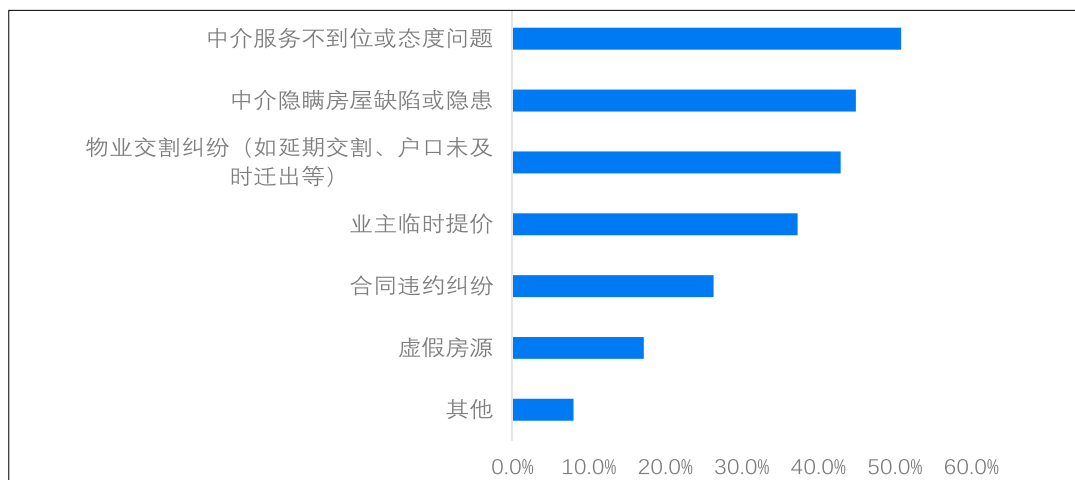
未能积极协助办理贷款等手续、协商过程中言辞不当等，行业整体服务专业度与职业素养仍有待提升。交易流程中的纠纷则涉及物业交割、买卖签约、买卖解约、买卖贷款、买卖过户等方面，包括物业交割延期、户口未及时迁出、物业交割发现配套设施或房屋质量有损坏、物业费用没有缴清、解约赔偿未及时到位、签约时未详细说明佣金等各种费用问题等。

图：二手房领域集中投诉问题分布情况



数据来源：贝壳找房大数据平台

图：二手房领域集中投诉问题分布情况



数据来源：贝壳研究院

（三）租赁领域：长租公寓租房纠纷问题突出

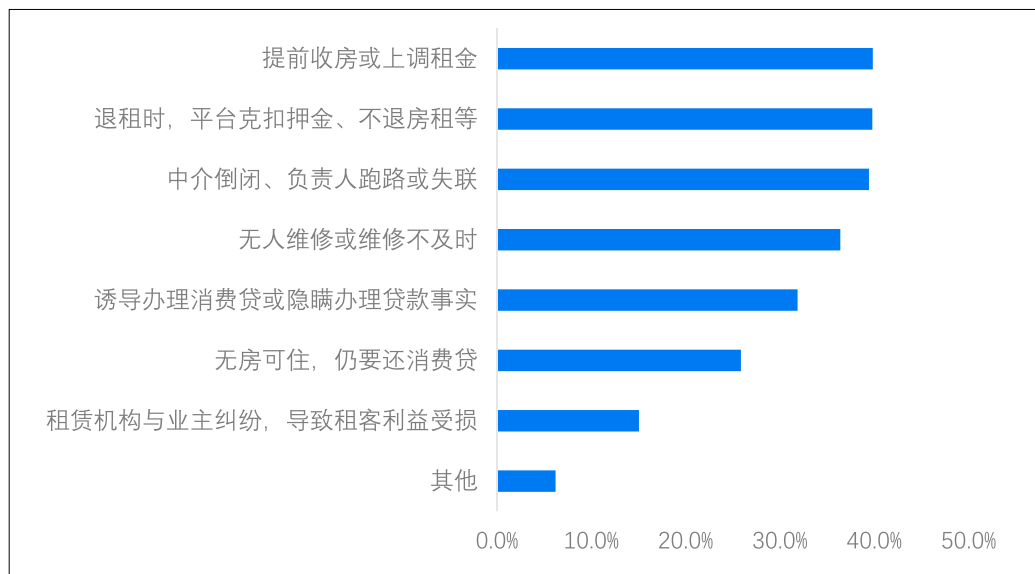
在市场需求增加与政策利好支持下，近几年长租公寓市场快速发展，相应产生的权益纠纷问题也频现，尤其2020年疫情冲击下长租公寓“暴雷”事件增加，消费者投诉数量显著上升。据统计，2020年深圳市长租公寓相关投诉达到2541件，相较2019年上涨130.4%；长租公寓问题成为长三角地区年度五大投诉热点领域之一。

从调查数据与投诉案例来看，长租公寓租房纠纷集中在以下方面：一是合同类问题成为投诉热点，包括消费者退租时，平台以各种理由克扣押金、不退房租、无法退租等；长租公寓平台出现倒闭、中介人员跑路或失联等产生合同欺诈问题；租赁机构上调租金或提前收房，违反合同约定等。二是租金贷问题，部分长租公寓运营商通过隐瞒贷款事实或诱导贷款方式，侵害租客权益，甚至在消费者无房可住时仍要偿还贷款。三是服务质量类投诉问题，比如租赁平台客服失联、拖延处理等服务不及时；长租公寓与业主之间纠纷导致租客断水断电等利益受损；租赁房源设备出现故障时，无法维修或维修不及时等。

长租公寓问题纠纷不断，最关键原因在于其商业模式难以持续，易产生经营风险。2017-2018年行业快速发展，不少企业盲目进入长租公寓行业，并通过“高收低出”“长收短付”模式加速扩张，然而部分企业受限于自身运营能力不足而陆续出现资金链断裂、倒闭跑路等情况，从而损害消费者合法权益。此外，部分长租公寓运营商缺乏契约精神，不遵守

法律法规，以虚假信息吸引租客、诱导租客分期付款等，也是造成消费者投诉不断的原因之一。

图：长租公寓租客集中投诉问题分布情况



数据来源：贝壳研究院

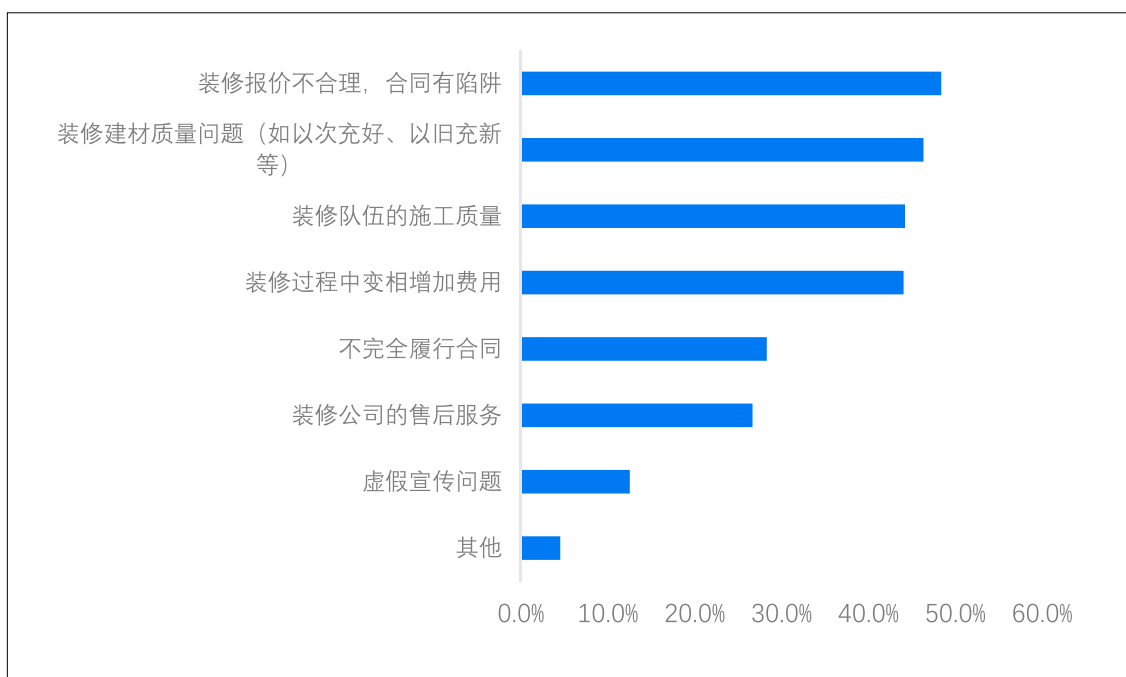
（四）装修领域：装修合同、质量问题是投诉焦点

由于家居家装行业市场准入门槛较低，施工人员在设计水平、施工能力、现场管理等方面的能力参差不齐，且属于低频高额交易行业，所以消费者的权益很容易遭受侵害，相关投诉问题多集中在装修合同、装修建材质量、售后服务等方面。

具体来看，消费者投诉的问题主要有：其一，房屋装修合同不规范导致消费者合法权益受损，比如合同约定事项不明确或存在漏洞、暗藏后续消费等；其二，装修质量问题，既包括装修建材质量不合格或者不符合约定，比如装修材料有色差或变形、以假冒材料欺诈等，也涵盖装修队伍

的施工质量不达标，比如装修偷工减料等；其三，装修消费领域售后服务投诉问题，比如装修出现问题，装修公司故意拖延或以各种理由不愿意承担相应责任。此外，家装领域的虚假宣传问题也是消费者重点反映的问题。

图：装修建材领域消费投诉焦点问题分布



数据来源：贝壳研究院

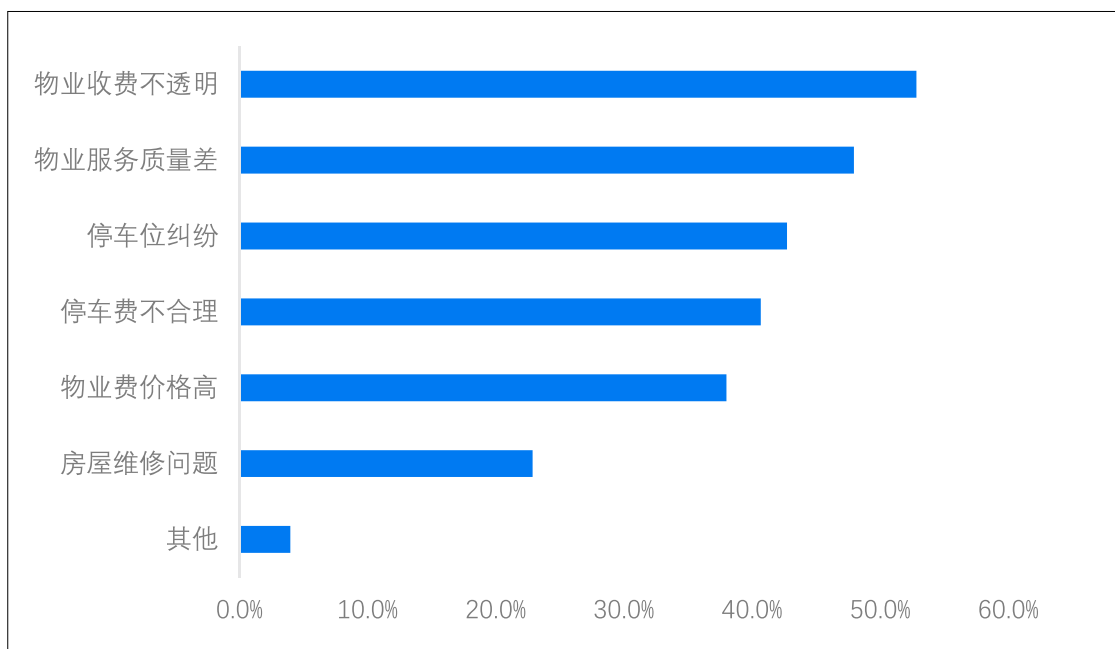
（五）物业管理：收费、服务质量问题成投诉热点

伴随着房地产市场的快速发展，物业服务行业规模也日益扩大，但是物业行业从业门槛相对较低，企业与人员的服务水平参差不齐，由此也导致服务双方矛盾纠纷不断，物业管理现已成为居住消费领域的投诉热点领域。调研数据显示，近4成受访者表示曾遭遇物业方面的住房消费权益受损。

从消费者反映的问题来看，物业管理投诉纠纷主要表现在：一是物

业收费问题，包括物业公司收费项目不明确，缺乏透明度，很少公布或从未公布；物业收费价格过高；停车费不合理及乱收费等。据调查，物业公司收费不透明现象是消费者反映最为普遍的问题，占比达 52.8%。二是物业服务质量问题，反映在物业管理人员服务意识不足、物业服务水平与物业费不对等、停车位不足或管理混乱等方面，其中 48% 的受访者认为物业服务质量仍待提高。

图：物业管理领域消费投诉焦点问题分布



数据来源：贝壳研究院

三、消费者维权行为及认知分析

消费者通过向政府部门投诉、企业客服协商、法律诉讼、媒体曝光等多种途径进行权益保护，但维权实质效果有限，仅 13.3% 消费者的矛

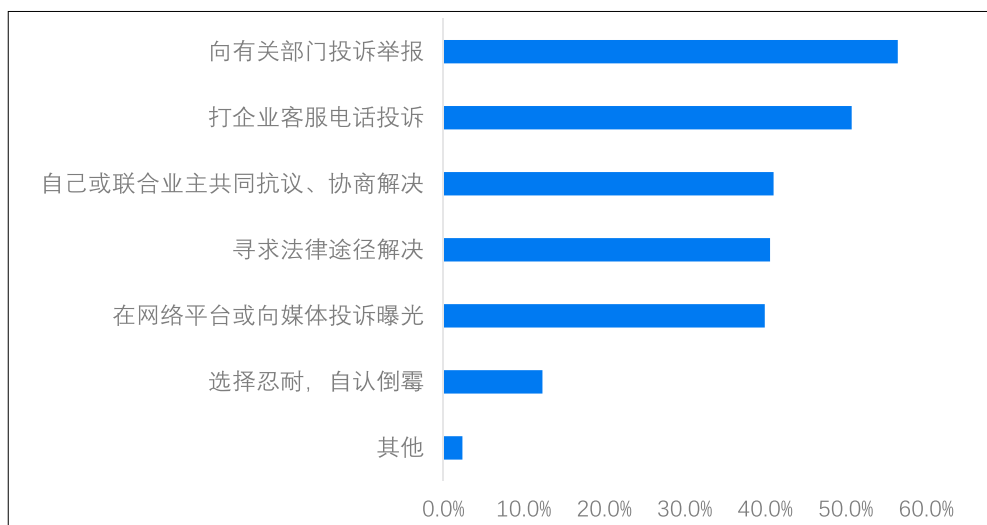
盾纠纷得到合理解决，维权程序复杂和机制尚不完善是消费者维权过程中的突出难点。

（一）消费维权途径多样化，纠纷妥善解决不足 2 成

超 8 成消费者遇住房消费纠纷会采取维权行动，找相关部门投诉是首要途径。消费者维权方式呈现多样化，向消协、工商等有关部门投诉是最主要的消费维权途径，占比达 56.5%；半数受访者在遇到矛盾纠纷时直接找开发商、中介公司等客服人员进行投诉，41% 的受访者是通过自己或联合业主共同抗议、协商解决。但仍有 12.3% 的消费者是选择隐忍、自认倒霉。

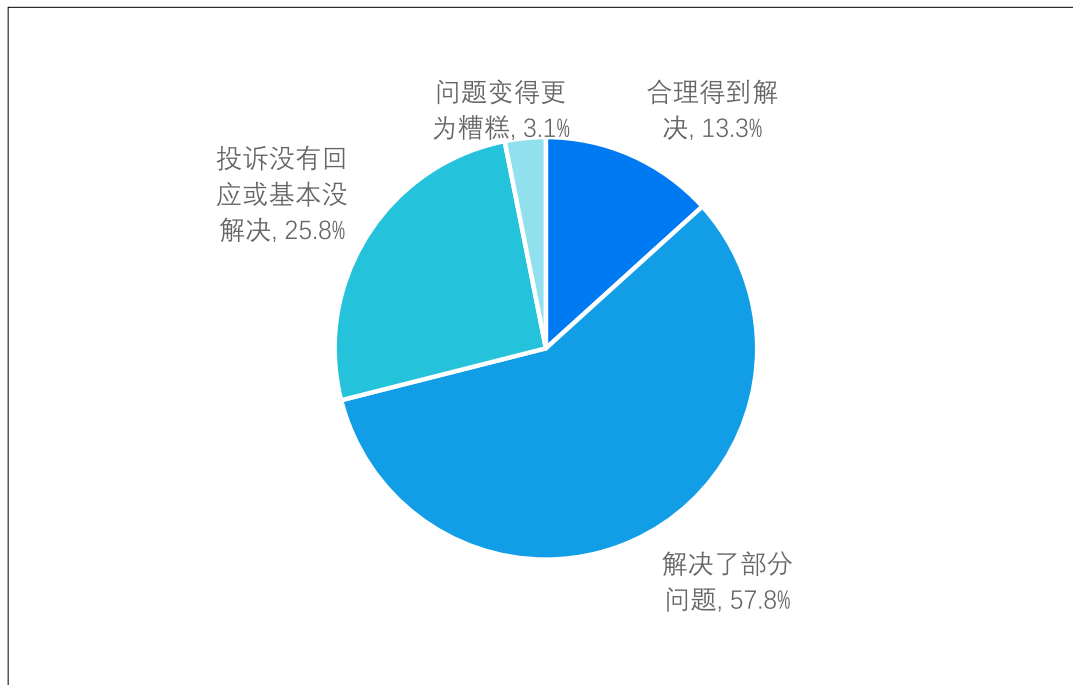
从消费维权的实质效果来看，多数消费者表示投诉问题并未得到妥善地处理。仅有 13.3% 的受访者认为所遇到的矛盾纠纷已经合理得到解决，而近 6 成的受访者则表示通过投诉只解决了部分问题，甚至近 3 成消费者的投诉没有得到解决或问题变得更为糟糕。

图：消费者维权途径



数据来源：贝壳研究院

图：消费者住房权益纠纷解决的满意度



数据来源：贝壳研究院

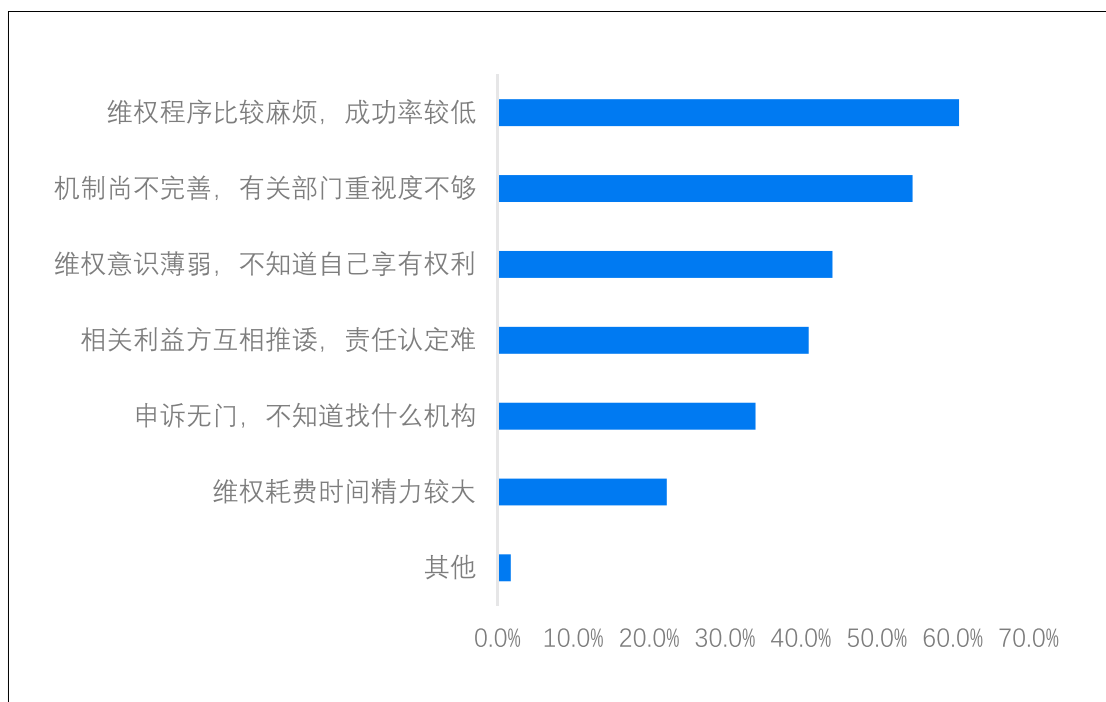
（二）维权流程复杂成为消费者维权的关键难点

由于买卖双方信息不对称的存在，消费者在住房交易与维权行动中均处于弱势地位，权益时常遭遇侵害，且维权较难得到合理解决。在消费者维权难点中，排在前三的分别为维权程序复杂、机制尚不完善、消费者维权意识薄弱，占比依次为 60.9%、54.7% 和 44.2%。消费者维权通常是买方、卖方、调解方等多方参与，涉及双方协调、取证、责任认定、机构调解等诸多流程，需要耗费大量时间精力，任何一项环节的配合不到位，都将不利于维权工作的推进。

此外，维权认知方面，消费者的维权意识和法律意识还相较薄弱，

仅 16.8% 的消费者比较了解消费维权相关法律知识。当合法权益受到侵害时，消费者缺乏相关维权知识也是导致投诉纠纷较难解决的重要因素。

图：消费者住房消费维权的难点问题

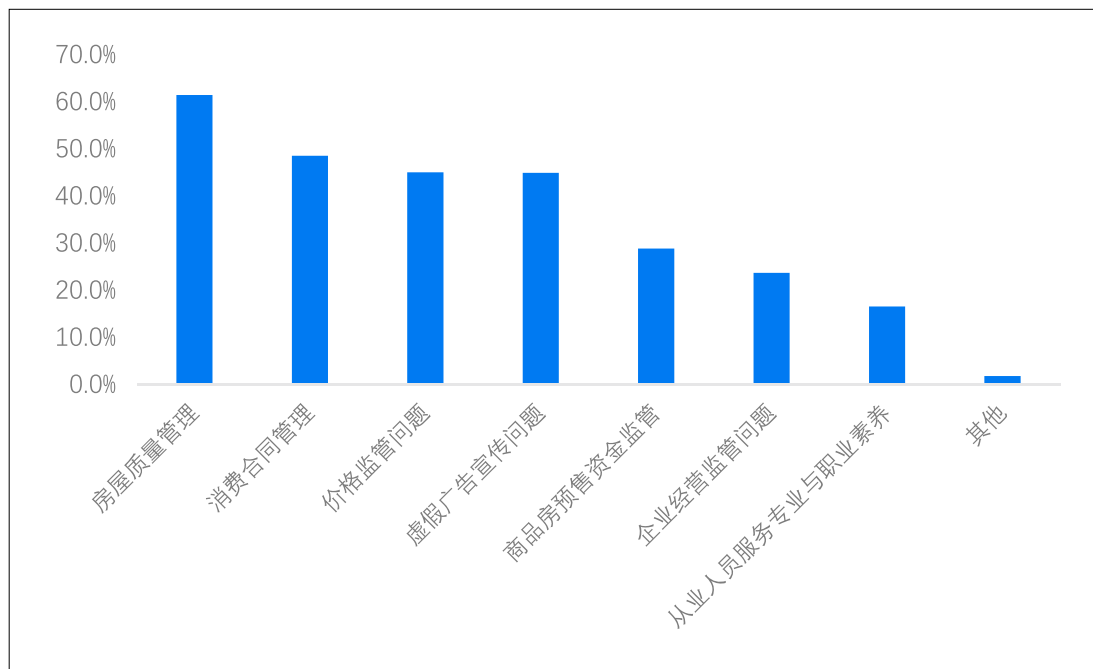


数据来源：贝壳研究院

（三）7 成消费者认同完善法律法规，加大处罚力度

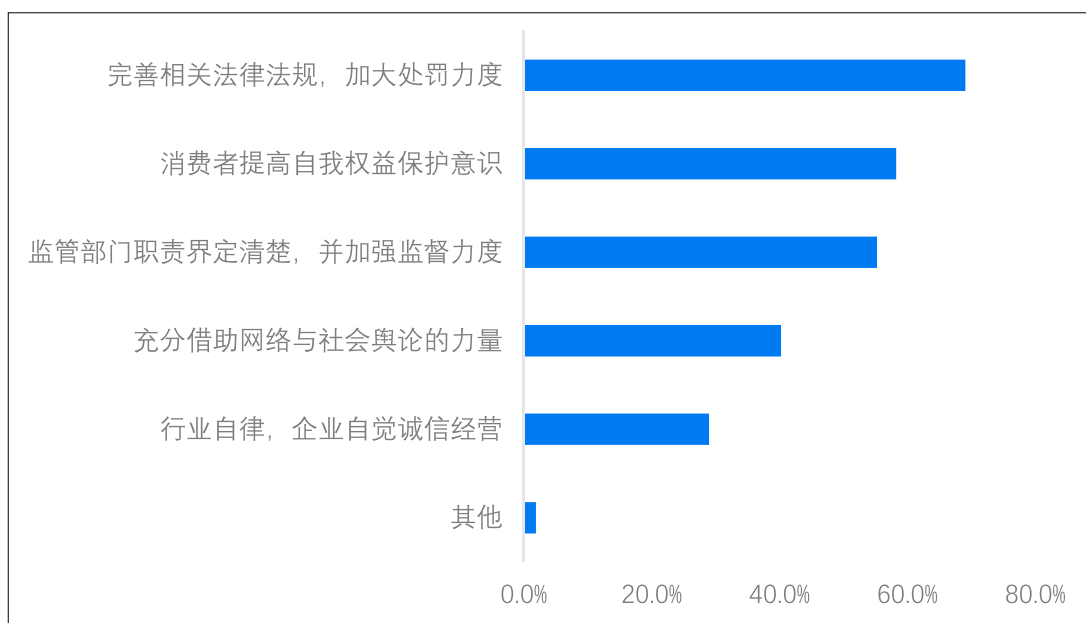
针对住房市场存在的投诉焦点问题，消费者最迫切希望得到解决的是房屋质量问题、消费合同管理和价格监管，分别占比 61.4%、48.6% 和 45%。在改善消费维权现状方面，政府监督、制度完善、消费者维权意识、行业自律等多方面需要进一步强化提升，其中近 7 成消费者认为相关部门应完善相关法律法规，加大处罚力度，半数以上消费者认同消费者应提高自我权益保护意识，及政府监管部门要加强监督力度。

图：消费者迫切希望解决的住房消费问题



数据来源：贝壳研究院

图：消费者对进一步保障自身合法权益的态度



数据来源：贝壳研究院

四、结语

住房市场的规范发展，需要各参与主体的共同努力。

（一）政府应加强指导与监管力度，净化行业消费环境

一是适时组织市场监管、住建等多部门联合开展专项行动，强化监管力度。二是以培训会议、座谈会等形式加强对企业的指导，督促房地产相关企业诚信经营，从源头减少违规行为发生。三是加强房地产企业及从业人员的信用体系建设，及时、公开、透明地公布相关信用信息，引导企业规范经营，逐步提升行业整体诚信水平。

（二）企业应强化自律行为，规范经营

一是房地产相关机构要遵守国家法律法规，切实承担企业主体责任，坚持诚信、规范经营，自觉做到房屋及装修质量有保障，公开透明展示房源信息、收费标准等内容，认真落实合同承诺事项，及时告知消费者变更信息及解决办法，认真做好产品售后服务，在保证消费者合法权益的基础上实现稳健有序发展。二是房地产相关企业应当肩负起社会责任，不断加强从业人员的职业发展与素质教育，培养出一批专业化、职业素养高的服务者，努力提升行业整体的服务水平，比如贝壳等平台推出新经纪人才助航体系，从职业成长、职业发展等多方面助力经纪从业者的职业化。三是行业执业人员也应当进一步规范自身行为，不断提高自身服务的专业度与消费者满意度。

（三）消费者应坚持理性消费，提高自身权益保护意识

一是提高自身的认知水平与鉴别风险能力，在住房消费过程中，消费者应自觉抵制企业或相关从业人员的片面宣传，善于从多渠道获取充分信息，最终选择评价较好、资质齐全的机构进行消费；且在签订合同时，仔细审查并确认各项条款的合理性与责任方，降低合同漏洞引发的消费纠纷。二是加强消费维权意识，消费者应自觉学习相关法律法规知识，了解自身在消费行为中的权利义务关系，在遇到权益受损时，能够及时地运用法律武器维护自身的合法权益。

（四）多方共建维权新生态，畅通消费投诉渠道

维权渠道畅通是消费者合法权益得到保障的重要条件。依托于互联网快速发展，机构、企业、媒体等社会主体可以形成消费者权益保护联盟组织，搭建起健全的维权平台，打造高效、便利消费者反映诉求的渠道，鼓励消费者自觉参与消费环境治理、媒体自觉强化社会舆论监督、企业自觉规范经营等，形成多方共建的消费维权新生态，确保消费者第一时间投诉有门，问题得到妥善解决。

